



ASTER PLAY

出海休闲手游获客服务开放平台

商业发展计划书

联系：程平 / Email chengping@asterplay.com

Mobile +8615801467897 | WeChat patrick-cheng

2019 © ASTER PLAY PTE. LTD.

目录

- 1 市场现状、问题和机会
- 2 解决方案： **ASTER PLAY** 免费海外获客服务开放平台
 - **ASTER PLAY** 流量获取机制
 - 商业模式： 如何赚钱
 - 市场规模和收入预测
 - 竞争分析
 - 发展和推广计划
- 3 团队及公司股权结构
- 4 融资目标和资金使用计划

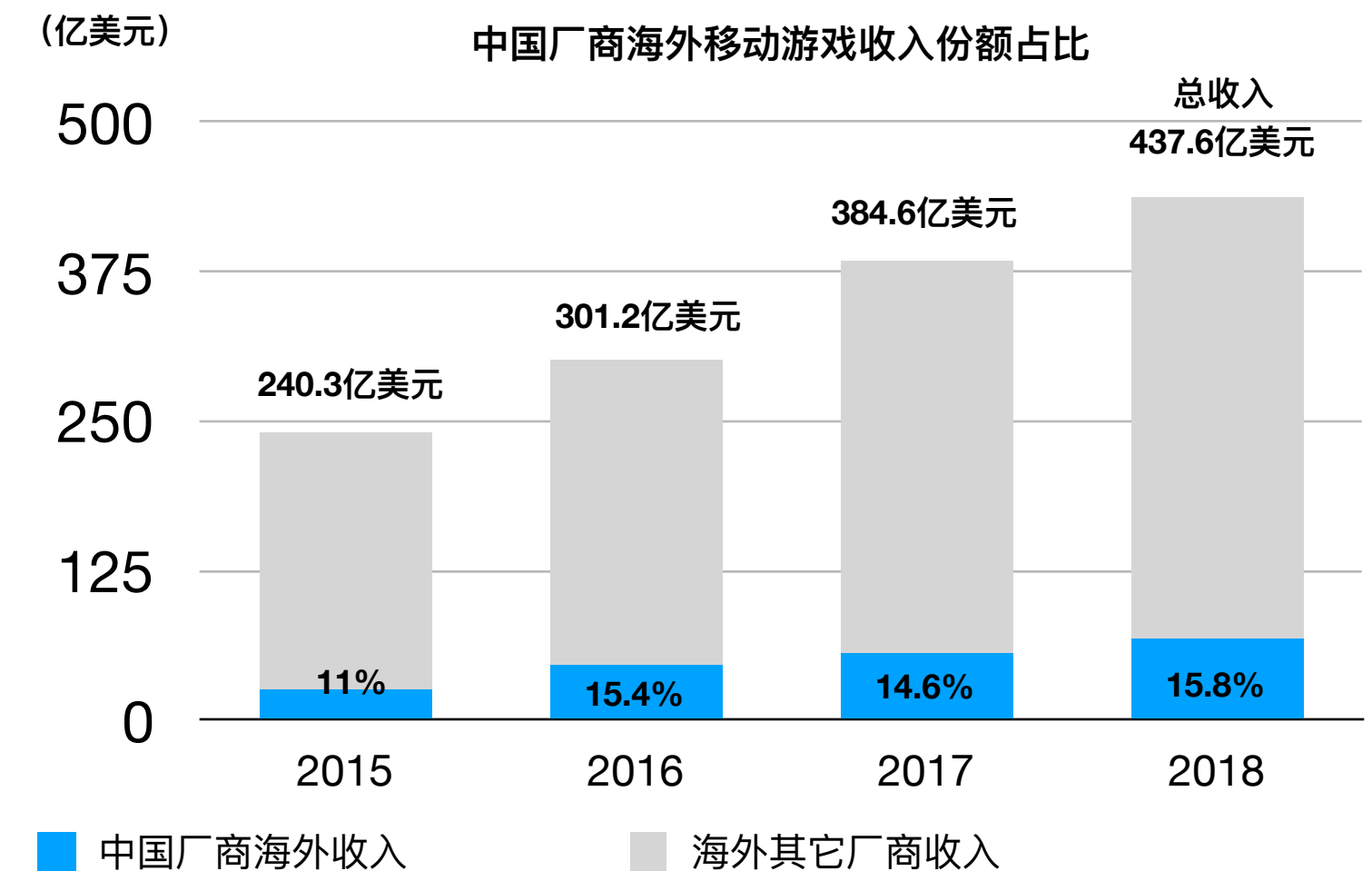
市场现状、问题和机会

★ 海外移动手游市场高速增长，出海发展已是国内手游厂商的必然之路

- 海外移动手游市场规模（2018年约437.6亿美元）是中国内地手游市场规模的**2倍**以上，且继续保持快速增长的势头。据Newzoo的统计，2021年全球移动游戏市场规模将达到**1063亿美元**^[1]。
- 受国内政策因素和头部厂商垄断效应影响，中国内地手游市场增长率持续降低，国内手游厂商向海外市场发展已成为必然趋势，据统计^[2]，2018年中国移动游戏厂商海外收入达到69亿美元，环比增长23%，已占到海外手游市场**15.8%**的份额。
- 休闲类游戏由于开发周期短，文化差异性小，是国内中小型游戏厂商出海首选的游戏类型，在2018年增长迅速（AppsFlyer数据显示休闲小游戏下载量2018年增长了**3.5倍**）。

★ 高昂的用户获取成本，是中小移动手游厂商海外市场启动初期面临的最大难题

- 由于竞争激烈，游戏越来越难通过自然流量获取用户，根据AppsFlyer的报告，2018年Q3休闲游戏品类非自然安装量占比已达到**54%**。
- 激烈的竞争也推高了Google/Facebook等广告平台的买量成本，新产品启动代价高昂（休闲手游Android平均获客成本为**\$1~\$1.5**，iOS为**\$1.5~\$2.5**；重度游戏可到达**\$10**以上）。
- 一些中小游戏厂商在开发游戏时就耗尽了资金，产品上线后只有很少或根本没有额外的资金去做推广，如果能解决他们产品获取用户的问题，将进一步释放中国厂商出海的潜力，创造价值上千万美元的新市场机会。



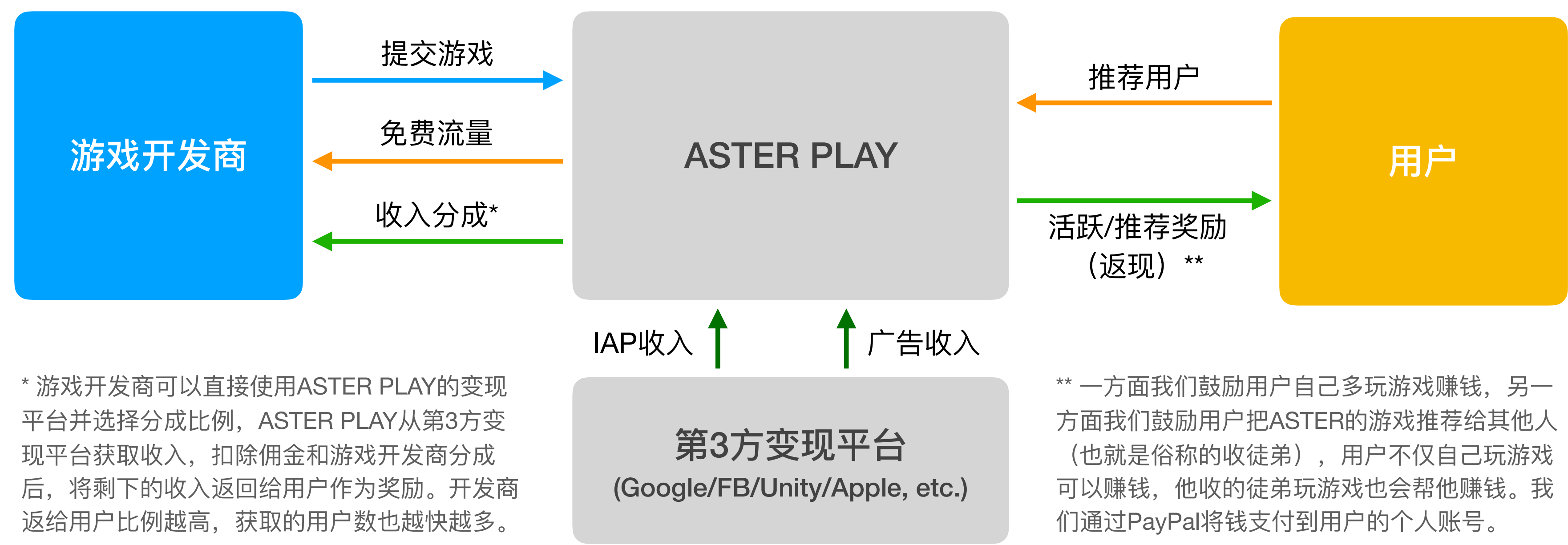
[1] 数据来自Newzoo 2018 Global Games Market Report <https://newzoo.com/solutions/standard/market-forecasts/global-games-market-report/>

[2] 数据来自谷歌与伽马数据联合发布的《中国移动游戏海外市场发展报告》<http://www.joynews.cn/jiaodianpic/201903/2032333.html>

ASTER PLAY 免费海外获客服务开放平台

ASTER PLAY 是一个面向中小手游开发者的免费海外用户获客平台。移动游戏开发商在新产品启动初期，不需要花一分钱，只需同意将游戏IAP和广告变现获得的收入回馈给用户，即可通过ASTER PLAY平台免费获取用户，并得到收入分成。ASTER PLAY则把游戏变现的收入用来激励用户，鼓励他们多玩游戏并将ASTER PLAY的游戏推荐给朋友。

简单地说：游戏开发商通过ASTER PLAY获取用户**不用花钱**，而用户玩ASTER PLAY的游戏**可以赚钱**

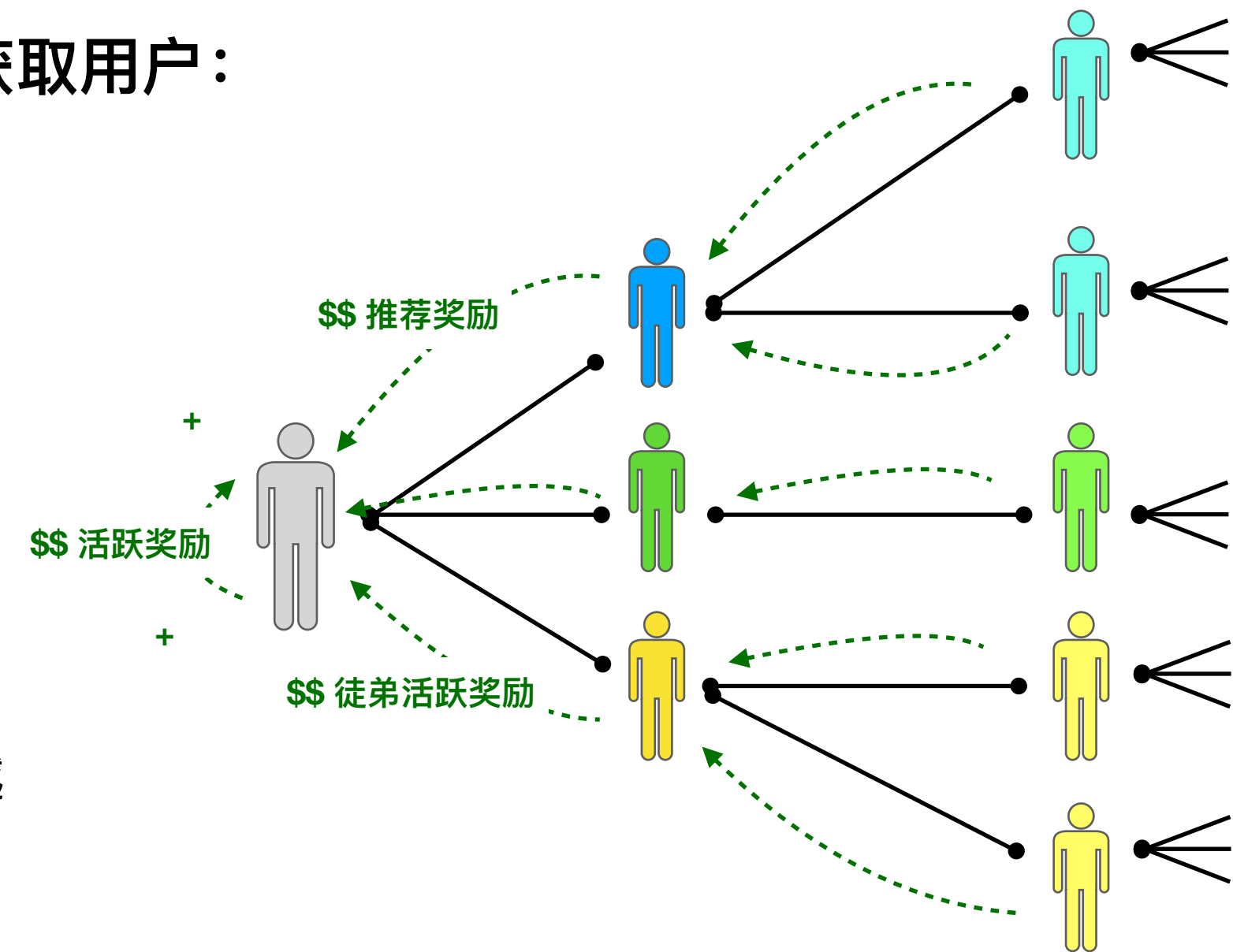


ASTER PLAY 流量获取机制

ASTER PLAY不靠广告平台花钱买流量，而主要通过以下两种方式来获取用户：

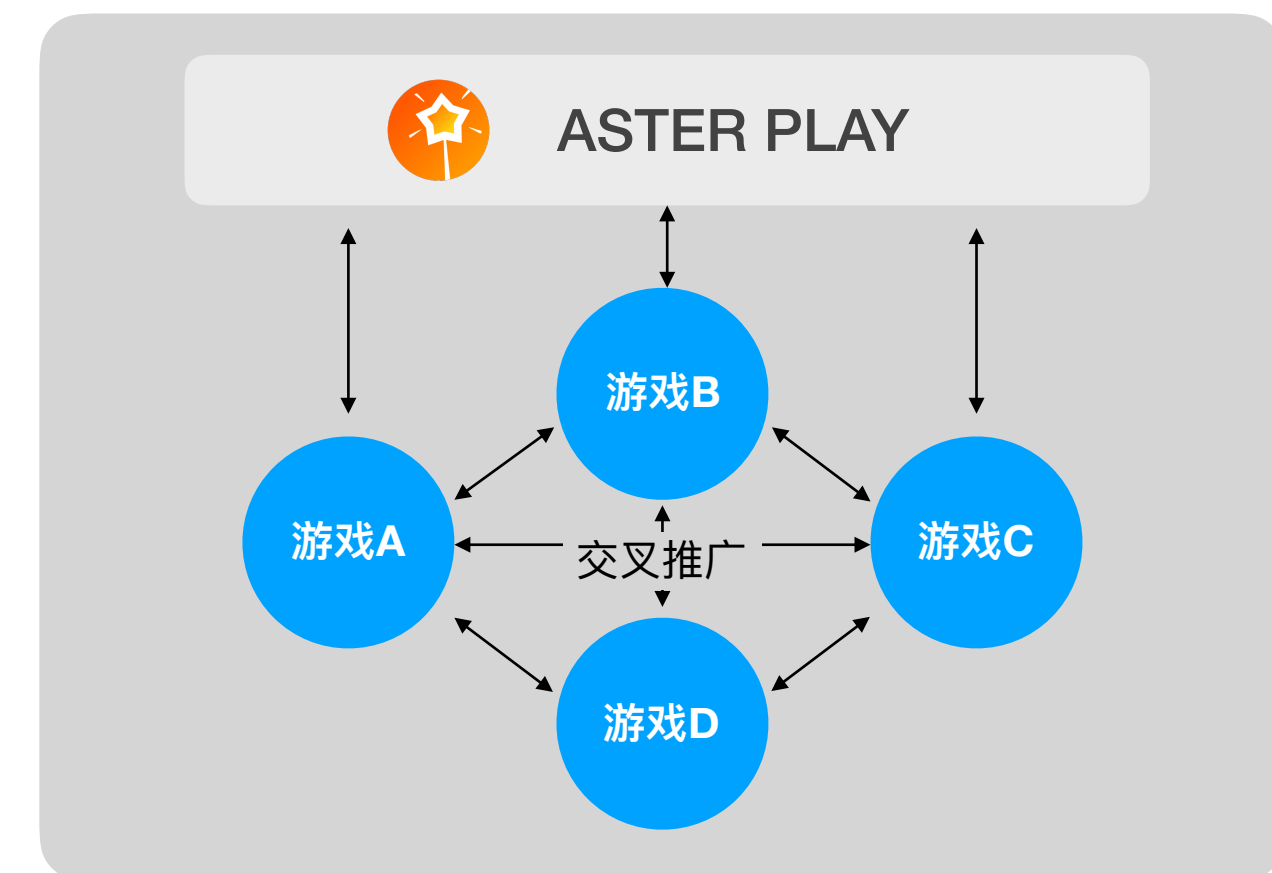
1 增长/活跃激励（收徒机制）

- **增长激励**：用户每推荐一个新用户（徒弟），给予\$1现金奖励。假设平均每个用户推荐2个用户（即 $K=2$ ），那么我们的平均获客成本只有 $2 * \$1 / (1+2) = \0.67 ，如果算上自然流量增长，获客成本还会更低。
- **活跃激励**：用户自己玩ASTER PLAY的游戏会得到现金奖励，时间越长奖励越多。并且徒弟用户如果活跃，推荐的用户（师父）也会得到现金奖励。
- 这些现金奖励用户随时可以提现，我们通过PayPal将钱支付到用户的个人账号。奖励资金来自平台所有游戏获得的IAP和广告收入，用户玩游戏时间越长，平台收入越高，用户获得的返现也就越多，形成良性循环。



2 交叉推广和流量矩阵

- **交叉推广**：用户玩ASTER PLAY平台的任何游戏都可以赚钱，因此所有进入ASTER PLAY平台的游戏都会给用户推荐平台的其他游戏，从而形成平台内部的交叉推广网络，给新加入的游戏带来免费的流量。
- ASTER PLAY 平台本身也是一个独立的App（用户可以在其中管理支付账号、兑换现金奖励，下载其他游戏等），所有进入ASTER PLAY平台的游戏都会引导用户下载ASTER PLAY app，反过来ASTER PLAY app 又可以给新加入平台的游戏带来更多的免费流量。
- **流量矩阵**：随着加入平台的游戏产品数量的增加，同时结合1的增长激励机制，这个内部交叉推广网络将会像滚雪球一样增长，形成能够持续不断自我增长的流量矩阵。



ASTER PLAY的商业模式：如何赚钱

ASTER PLAY的收入来自游戏产品在不同业务阶段的获利分成

10%

α : 新产品启动

在游戏产品初始启动阶段，我们收取游戏开发商获得收入的10%作为佣金，剩下的90%，游戏开发商可以选择部分/全部返回给用户作为推荐和活跃奖励

50%

Σ : 产品联合运营

当一个游戏的KPI表现出良好的增长潜力（例如次留40%以上或7日即可达到LTV/Cost平衡），我们会和游戏开发商洽谈联合运营，投入资金从广告平台买量帮助游戏实现快速增长，并和游戏开发商共享收益（按50%分享利润）

100%

Ω : 全自营游戏

如果在早期发现潜力巨大的游戏，我们也可以直接买断并在ASTER PLAY平台上进行测试，然后投入资金加速孵化并获得100%的运营收入

市场规模和收入预测



全球移动手游市场规模

根据知名游戏市场分析机构Newzoo的预测，2021年全球移动手游市场规模将达到1063亿美元。中国市场占全球市场比例约28%。

x 72% x 20%



海外休闲手游市场规模

海外游戏市场中，休闲手游（包括超轻度休闲手游）市场份额约20%左右，整体规模约153亿美元/年。

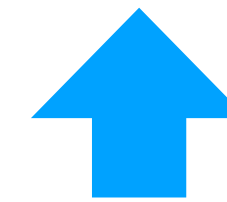
x 16% x 10%



ASTER 潜在市场规模

中国开发者在海外移动游戏收入占比约16%，假设ASTER只服务其中10%的开发者，潜在市场规模也达到2.45亿美元/年，如果业务拓展到全球开发者，市场规模还会成倍增加。

假设和开发者的平均分成比例为30%，
ASTER PLAY 收入可以达到**7350万美元/年**



竞争分析

ASTER PLAY 关注于解决出海中小型手游厂商在产品启动初期时的用户获取难题，其商业模式和生态圈里的大部分广告平台、出海服务平台都是合作而非竞争关系

对比要素	<div> ASTER PLAY</div>	<div>积分墙</div> <div>(服务商众多不单独举例了)</div>	<div>广告代投</div> <div> 飞书互动SOCIAL</div>	<div>独立游戏/应用</div> <div> (有类似现金激励机制)</div>
前期投入	免费 无启动成本	较高 需预交广告费	高 需预交广告费，大客户可以垫付，但垫付时间一般不超过一个付款周期	中 启动初期仍然需要自己从广告平台买量，小厂商同样面临启动成本高的问题
获客成本	低 ASTER 不赚取流量差价，增长激励和交叉推广可以有效降低获客成本	中 常用于刷榜冲量，获客成本比从广告平台买量要低一些	高 激烈的竞争不断推高买量价格，即使代投能帮助优化广告素材，获客成本还是愈来愈高	中 独立游戏难以形成规模优势，仍需找广告平台买量，但激励机制能降低买量成本
用户质量	高 所有用户均来自真实用户的推荐和自然流量下载	低 通常都是低价值用户甚至是假量，其目的就是刷榜用	中/高 从正规的广告平台和代理获得的都是真实用户，用户质量依赖于推广策略	中/高 和广告代投类似，用户质量依赖于推广策略
玩家激励	有 包括推荐奖励和长期活跃激励，用户玩游戏时间越长收入越高，贡献广告收入也越高，形成奖励-收入-增长良性循环	有 一般均是单次奖励，或让用户完成几个简单任务和看短周期活跃行为，无法形成长期激励	无	有 激励机制和ASTER PLAY类似，运营得好可以形成奖励-收入-增长的良性循环
扩展潜力	大 为开发者服务的开放平台，加入的游戏越多，平台流量矩阵就越强大，流量也越便宜	中 已存在的成熟商业模式，虽然获客质量较差但仍有不少开发者会用来刷榜	中 代投模式本质上赚的是流量差价，需要广告优化师人工参与调整，扩展潜力受限	低 单独厂商的封闭系统难以形成规模优势，扩展能力受限

业务推广方案

ASTER PLAY 免费用户获取服务没有任何前期费用，可以有效降低厂商进入心理门槛

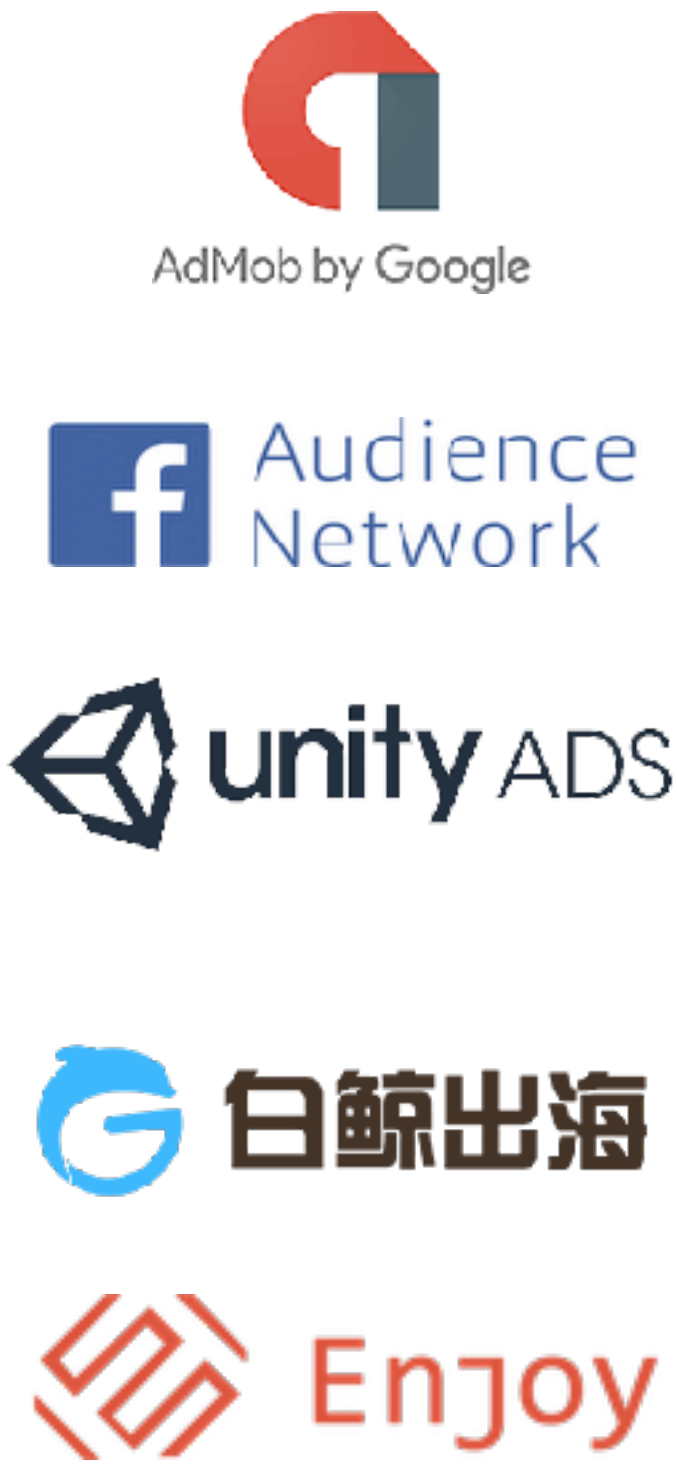
开发者活动/论坛

定期参加各种行业活动/开发者大会争取主题发言机会

Google I/O	5月/6月
Facebook F8	4月/5月
GDC Game Developers Conference	3月
Unity Developers Conference	5月
China Joy	8月

合作伙伴

和各广告平台/出海服务平台联合，争取推荐机会



媒体/社交网络

科技媒体报道



口碑传播 + 当面拜访

朋友圈推荐



ROADMAP

开发计划和路线图



2020 年

4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
----	----	----	----	----	----	-----	-----	-----	----	----	----

Q2 2019

- 团队组建
- ASTER PLAY app for Android设计开发
- ASTER PLAY 后台系统设计
- 自研游戏Moving Words / Number Connect 开发

Q3 2019

- 完成后台系统1.0
- 完成SDK（Unity和Android版本）
- 上线1~2个集成SDK的自研游戏收集并验证数据
- 同步上线ASTER PLAY Android app
- 组建商务拓展团队

Q4 2019

- 完善后台系统，加强反作弊能力
- 发布SDK for iOS 和H5版本
- 上线 ASTER PLAY iOS app
- 正式上线并接入至少1个第三方游戏

Q1 2020

- 接入至少3个第三方游戏
- 上线1~2个自研/联合运营游戏
- 发布针对开发者Web自服务管理系统

核心团队 - 8年海外移动业务运营经验

ASTER PLAY的核心团队来自原海外移动互联网上市公司NQ Mobile，团队成员最少也有8年的全球移动应用和游戏的推广及运营经验。在经历浑水做空事件后，原NQ Mobile 海外移动业务全面停止推广，这个团队在母公司没有投入任何推广预算的情况下，仅用了**1年时间即实现盈亏基本平衡，3年实现了海外移动业务收入翻倍增长，扭亏为盈**。是一支经历过实战考验的，具有丰富的全球化移动产品设计、推广和变现经验的队伍。



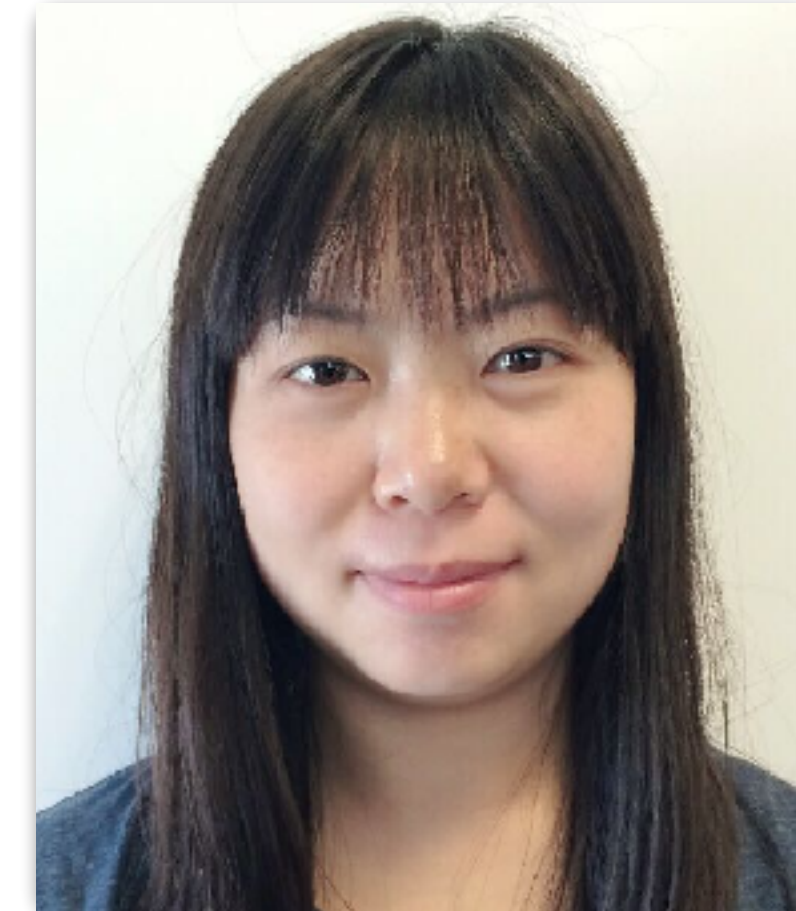
程平 CEO/商务

工学硕士，原NQ Mobile产品和人力资源副总裁，负责产品技术研发和人力资源管理。程平从事软件和互联网行业已有15年，他主持开发的Vault、Antivirus、Cooler Master等**多款移动应用在全球广受欢迎，累计下载量过亿**。程平曾在IBM中国研究院（CRL）和中兴通讯任职，有丰富的移动互联网产品设计、研发、运营和管理经验。



盖兆鑫 产品/研发

工学硕士，原NQ Mobile高级产品总监，负责公司海外APP和游戏的产品设计和管理工作。他组建了专门的Growth Hacking和变现优化团队，**3年内将产品的年收入从350万美金持续增长到750万美金**。盖兆鑫从事移动互联网软件研发和产品管理工作已有14年，拥有丰富的软件技术研发、产品设计、产品管理以及全球运营经验。



黄晓茜 运营/财务

毕业于首都经贸大学经济信息管理专业，原NQ Mobile 高级运营总监。15年移动互联网运营经验，8年海外移动业务经验，先后在韩资企业及中华网、NQ Mobile **两家上市公司负责移动业务运营工作**，经历了移动互联网萌芽及快速增长期，擅长经营数据分析和建模，对移动应用业务运营，尤其是**海外业务运营有着深刻的理解及敏锐的触觉**。

核心团队 - 10年以上互联网技术研发经验



赵征 技术总负责人 & 研发

工学硕士，原NQ Mobile高级研发总监，负责公司核心产品技术研发和团队管理，多年从事嵌入式软件和移动互联网软件研发和管理工作，曾获得**国家科学技术进步二等奖**，具有丰富的软件设计，研发以及技术团队激励管理经验。先后就职于中科院软件中心/凯思昊鹏，并在MTK联发科技（北京）运营商合作部博动科技客户端软件产品线任职研发总监。



何永亮 系统架构和运维 & 研发

理学硕士，原NQ Mobile系统部高级技术总监，在移动互联网行业有超过12年的工作经验。早期曾先后在中科院网络中心、亚信、SAS工作，**参与并部分负责过中国各大骨干网的网络建设及软件系统的研发**。深刻理解互联网技术，有丰富的系统架构经验。

公司主体及股权结构

- 已注册成立“星游未来（北京）科技有限公司”作为运营主体，注册资金100万人民币。
- 目前创始人团队持有“星游未来（北京）科技有限公司”100%的股份，其中程平持有84%股份（本人持有51%，为其它成员代持33%），赵征持有16%。
- 目前所有运营资金均为自筹，无第三方投资者。
- 公司在海外的英文名称为“ASTER PLAY”，正在申请商标。

融资目标和资金使用计划

本次我们的融资目标是人民币600万，加上我们自筹资金100万，共人民币700万。其中300万资金将用于扩充研发队伍，加快产品开发进度；400万资金用于业务运营以及上线初期的市场拓展和推广。我们的目标是第一年上线并发布5~7款休闲游戏，正式上线后半年内月流水做到100万人民币以上；次年再上线至少15款休闲游戏，月流水做到200~300万人民币，公司经营实现收支平衡；第3年开始盈利。



THANKS

联系：程平 / Email chengping@asterplay.com

Mobile +8615801467897 | WeChat patrick-cheng